

**Бреева Оксана Николаевна**  
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет  
имени Г. Р. Державина»,  
г. Тамбов, Российская Федерация  
[oks.breeva@gmail.com](mailto:oks.breeva@gmail.com)

**Дудкина Мария Андреевна**  
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет  
имени Г. Р. Державина»,  
г. Тамбов, Российская Федерация  
[Dudm2000@mail.ru](mailto:Dudm2000@mail.ru)

### **Духовные ценности современной российской молодежи**

**Аннотация.** Данная статья посвящена анализу духовных ценностей современной российской молодежи. Анализ проведен на основе вторичных эмпирических исследований, проведенных в период с 2016 по 2019 годы.

**Ключевые слова:** молодежь; ценности; духовные ценности; патриотизм; вера

**Breeva Oksana Nikolaevna**  
Derzhavin State University,  
Tambov, Russian Federation  
[oks.breeva@gmail.com](mailto:oks.breeva@gmail.com)

**Dudkina Mariia Andreevna**  
Derzhavin State University,  
Tambov, Russian Federation  
[Dudm2000@mail.ru](mailto:Dudm2000@mail.ru)

### **Spiritual values of modern russian youth**

**Abstract.** This article is devoted to the analysis of spiritual values of modern Russian youth. Analysis is based on secondary empirical studies conducted in the period from 2016 to 2019.

**Keywords:** youth; values; spiritual values; patriotism; faith

Молодежь – особая социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик и особенностей социального положения в обществе. Соответственно, в силу своих возрастных особенностей, она также отличается и наличием определенного спектра духовных ценностей.

Однако, для того, чтобы рассуждать о ценностях современной российской молодежи, необходимо понимать, что есть ценность. Существует множество определений для этого понятия, но их объединяет то, что они значимы для конкретного лица или группы лиц.

Основоположником социологической концепции ценностей является Макс Вебер. Согласно ей, ценность есть норма, способ бытия которой является значимостью для субъекта. По представлениям ученых, ценность – любой предмет, который

обладает поддающимся определению содержанием и значением для членов какой-либо социальной группы [Михалкин, 2017].

Ценность – такие структуры сознания, которые обуславливают предписывающую установку действия – предпочтение или отказ на основе очевидной для человека причастности миру и предварительного его доопределения. Ценность есть основание предпочтения [Барышков, 2009].

Ценность – это субъективно-объективная реальность, включающая в себя предметы и явления материального и духовного мира, их свойства, имеющие социокультурный смысл и предназначение, способные удовлетворить материально-физические и духовные потребности людей, составляющие основу, цель и средство социального развития [Лавриненко, 2018].

В свою очередь, духовные ценности представляют собой совокупность нравственных, этических, религиозных и моральных понятий, представляющих важность для человека. Исходя из этого определения, мы можем представить следующую классификацию духовных ценностей:

- 1) нравственные, где основную роль играют представления о добре и зле. Сюда можно отнести человечность, справедливость, милосердие, верность, ответственность, патриотизм и др.;
- 2) эстетические, куда можно отнести красоту и высокие ценности;
- 3) религиозные – вера, смирение, любовь;
- 4) мировоззренческие, с помощью которых человек находит свое место в мире. Значительное место занимают понятия жизни и смерти, гуманизма, индивидуальности, творчества, свободы.

В 2015 г. Д. А. Медведев подписал документ «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года», который опирается на систему духовно-нравственных ценностей, сложившихся в процессе культурного развития России, таких как человеколюбие, справедливость, честь, совесть, воля, личное достоинство, вера в добро и стремление к исполнению нравственного долга перед самим собой, своей семьей и своим Отечеством.

Фонд «Общественное мнение», Всероссийский центр изучения общественного мнения и иные организации регулярно проводят различные социологические исследования, затрагивающие в том числе ценностные ориентации молодежи.

Так, в 2016 г. ФОМ провел опрос населения «Ориентиры и ценности молодых россиян», в котором приняли участие 1500 респондентов в возрасте от 18 до 30 лет. Участникам опроса предложили выбрать, что наиболее важным является для них, но не более трех ответов. Респонденты выбирали следующее:

- 75 % – хорошие отношения в семье.
- 62 % – материальное благополучие.
- 30 % – хорошее самочувствие.
- 26 % – профессиональное развитие.

23 % – общение с друзьями, знакомыми.

20 % – самореализация, развитие.

17 % – любовь, романтические отношения.

15 % – карьера, продвижение по службе.

14 % – свобода, независимость.

5 % – творчество, увлечения.

1 % – общественное признание, популярность.

Вариант «Другое» выбрал лишь 1 %, а «Затрудняюсь ответить» и «Ничего не важно» – менее 1 % [Ориентиры и ценности молодых россиян].

Авторским коллективом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный университет управления» было проведено исследование в рамках исполнения государственного задания Министерства образования и науки Российской Федерации № 28.4377.2017/НМ на выполнение проекта по теме: «Изучение особенностей формирования социальных представлений студенческой молодежи о современном мире». В опросе приняли участие 1600 респондентов в возрасте от 16 до 24 лет. Молодым людям задавали вопрос «Считаете ли вы себя патриотом?», на что респонденты дали следующие ответы: 33,3 % ответили утвердительно; 41,4 % скорее считают себя патриотами; 9,6 % скорее не считают себя патриотами; 7,4 % не считают себя патриотами. 8,3 % затруднились ответить на данный вопрос. На вопрос о счастье, были даны такие ответы: 65,9 % выбрали семью в качестве источника счастья; 66,5 % – любовь; 66,4 % – друзья [Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики: результаты исследования].

По М. Шелеру высшей ценностью является святое и идея Бога. Критерии верующего человека определить не так-то просто, каждый человек понимает принадлежность к высшим силам по-своему. Если рассматривать мнение священнослужителей, то большинство из них считает, что верующим можно считать только воцерковленного человека, то есть регулярно посещающего церковь, соблюдающего обряды, имеющего духовника. В сознании же молодежи критерии со временем смягчаются по отношению к фундаментальным позициям. То есть, стоит учитывать различие в восприятии религии: например, кому-то, чтобы считать себя человеком верующим достаточно только молиться про себя, а кто-то соблюдает жесткие религиозные уставы. Но, тем не менее, ВЦИОМ регулярно проводит анкетирования и опросы, выявляющий примерный процент верующих, особое место среди которых занимает молодежь. По данным 2019 года, 24 % опрошенных до 24 лет считают себя православными, 9 % респондентов причисляют себя мусульманами, 1 % – к католикам и буддистам, и приблизительно треть не может окончательно определиться с тем, верит ли она или нет, и если верит, то во что. 15 % опрошенных всех возрастов назвали себя атеистами, при этом, в возрасте от 18 до 24 лет атеистами себя считают 37 % [Православная вера и таинство крещения.]. Если сравнивать

показатели с 2000 годом, когда проводились опросы среди молодежи Санкт-Петербурга, где 89 % респондентов ответили, что считают себя верующими, можно сделать вывод, что уровень религиозности среди молодёжи за это время упал.

Специалисты в области науки и священнослужители находят этому объяснение в ряде причин, первой из которых может служить отсутствие чувства вины перед церковью, как у поколений, воспитываемых в атеистических установках Советского Союза. Второй причиной может служить современная реальность, наполненная технологиями. У поколения современных школьников возникает куда более широкий спектр интересов, в котором церковь останется стоять на условном предпоследнем месте. Помимо этого, молодые люди во многом подвержены влиянию, так называемых, лидеров мнений, который в большинстве своем высказывают либо атеистические взгляды, либо не затрагивают тему религии вообще. И в принципе, в таком колоссальном потоке информации молодежь уже способна сама выбирать и формировать свое мировоззрение, отличное от того, которое диктовалось веками с подножий храмов. Помимо прочего, объективной причиной снижения тяготения Бога среди молодого населения можно считать массовое введение в школы обязательного предмета – основ православной культуры. Это закономерно, что у детей со временем начинается отторжение от культуры, за знание которой им ставят оценки.

Примечателен факт возросшей статистики суицидов в молодежной среде. Россия сейчас занимает 3-е место в Мире по количеству совершенных самоубийств, акторами которых чаще всего становятся мужчины и молодежь. По данным Газеты.ру, за 2018 год было совершено около 800 случаев среди подростков, что на 100 случаев больше, чем в предыдущем году. Не остается без внимания и факт того, что 20 % самоубийств совершается в мае, то есть в период сдачи ОГЭ и ЕГЭ. Подобная ситуация весьма наглядно отражает снижение уровня религиозности среди молодежи, так как в христианстве убийство самого себя является страшнейшим грехом.

Помимо снижения интереса к религии, наблюдается и снижение у молодых людей интереса к чтению. По данным Российского агентства международной информации «РИА Новости», меньше 20 % современных подростков ежедневно читают книги, газеты или журналы. Примерно треть школьников за год не прочитывает ни одной книги из художественной литературы, помимо той, что имеется в школьной программе, хотя и обязательное к прочтению многие подростки считают вовсе не обязательным. Хотя известно, что наиболее популярной в молодежной среде является серия книг о Гарри Поттере авторства Дж. К. Роулинг, при этом, все меньшим вниманием пользуются классики. Отказ от чтения литература влечёт за собой ухудшение памяти, снижение успеваемости и внимательности.

В отличие от книг, Интернет занимает куда больший объем времени современной молодежи [Twenge, Martin, Spitzberg, 2019]. По данным компании «Google», 98 % российской молодёжи пользуются Интернетом ежедневно, а среднее количество времяпрепровождения онлайн занимает 7 часов 17 минуты, основу

которого составляют социальные сети. Наиболее популярными сайтами среди населения в возрасте 13–24 лет являются «ВКонтакте», «Instagram», «YouTube», «Telegram», «Twitch». Осуществляется наибольшее потребление контента, связанного с видеоиграми, юмором, сферой моды и красоты, различного рода развлекательный материал.

В то же время, телевидение, по данным Российского агентства международной информации «РИА Новости», молодых людей интересует последнее время все меньше. В сравнении с прошлыми годами, просмотры ТВ-программ и шоу людьми 13–24 лет снизились практически вдвое. Во многом это связано с тем, что узнать все новости, посмотреть развлекательные шоу, кино и сериалы можно в Интернете через компьютер или смартфон.

На основании социологических исследований с 2016 по 2019 гг. мы видим, что ценности современной российской молодежи в основном не меняются, для большей её части характерно преобладание духовных ценностей, материальные уходят на второй план. Однако, если сравнивать результаты с 2000 г., мы можем заметить снижение роли религии. Снижение интереса к чтению и возрастание роли Интернета в жизни молодых людей впоследствии может привести к уменьшению значимости духовных ценностей, в основном это касается нравственных ценностей, поскольку книги способствуют более глубокому пониманию таких определений, как справедливость, милосердие, человечность.

### **Библиографический список**

*Барышков В. П.* Аксиология. Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. 65 с.

*Лавриненко В. Н.* Основы философии. М.: Юрайт, 2017. 374 с.

*Михалкин Н. В.* Философия для юристов. М.: Юрайт, 2017. 471 с.

Православная вера и таинство крещения [Электронный ресурс] // ВЦИОМ: [веб-сайт]. 14.08.2019. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9847> (дата обращения: 14.05.2020).

Ориентиры и ценности молодых россиян [Электронный ресурс] // ФОМ: [веб-сайт]. 03.11.2016. URL: <https://fom.ru/TSennosti/13083> (дата обращения: 14.05.2020).

Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодёжной политики: результаты исследования: монография / Под общ. ред. С. В. Чуева. М.: Издательский дом ГУУ, 2017. 131 с. ISBN 978–5–215–02993–0.

*Twenge J. M., Martin G. N., Spitzberg B. H.* Trends in U.S. Adolescents' media use, 1976–2016: The rise of digital media, the decline of TV, and the (near) demise of print. // *Psychology of Popular Media Culture*. 2019. № 8 (4). P. 329–345.